

**ANALISIS HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS
PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PENGGUNA JASA PENERBANGAN MASKAPAI
GARUDA INDONESIA DI SURAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI



Disusun oleh:

NITA PRATIWI SETIAWATI

B 100 110 336

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca naskah publikasi dengan judul:
“ANALISIS HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PENERBANGAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI SURAKARTA”

Yang ditulis oleh :

NITA PRATIWI SETIAWATI

B 100 110 336

Penandatanganan berpendapat bahwa naskah publikasi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Mei 2015


Pembimbing Utama


Drs. Agus Muqorrobin, MM

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, S.E., M.Si)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surakarta yang pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia, dengan total sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan metode penyebaran angket sebagai teknik pengambilan sampel.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Selanjutnya hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Pengaruh R square dalam penelitian ini sebesar 30,9% sedangkan sisanya 69,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Dalam penelitian ini, variabel kepuasan konsumen menjadi variabel yang paling dominan terhadap loyalitas pelanggan Garuda Indonesia Airline di Surakarta.

Kata Kunci : harga, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan

PENDAHULUAN

Dampak globalisasi yang sangat besar, secara tidak langsung membuat masyarakat Indonesia lebih memilih segala sesuatunya serba instan dan praktis (mulai dari makanan, transportasi dan lain sebagainya). Dengan adanya globalisasi dan perkembangan teknologi yang semakin canggih, membuat alat transportasi juga ikut mengalami perkembangan yang cukup pesat bagi dunia, demikian juga dengan Indonesia. Salah satu alat transportasi di Indonesia yang terus menerus mengalami perkembangan cukup pesat adalah alat transportasi dalam dunia penerbangan.

Di sisi lain, banyaknya para pelaku bisnis yang datang dari dalam maupun luar negeri mengharuskan mereka melakukan perjalanan antar pulau maupun antar negara membuat mereka lebih memilih transportasi dengan menggunakan jasa penerbangan untuk mempersingkat waktu perjalanan mereka.

Dari sudut pandang pemasaran, perusahaan harus mampu melihat kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam pemasaran produk yang dihasilkan oleh produsen berlaku prinsip pemuasan kebutuhan, keinginan, dan permintaan konsumen (Kotler, 2005:22).

Harga dalam industri penerbangan sangat menentukan, “harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk/jasa tersebut” (Kotler & Armstrong, 2001).

Dalam hal memberikan kepuasan konsumen yang nantinya akan berdampak pada loyalitas pelanggan, perusahaan maskapai Garuda Indonesia berusaha terus-menerus untuk memberikan kualitas pelayanan yang maksimal sesuai dengan visi Garuda Indonesia, yaitu *"A strong distinguished airline through providing quality services to serve people around the world with Indonesian hospitality,"* yang mendorong Garuda untuk senantiasa meningkatkan kinerja melalui peningkatan pelayanan, standar keamanan penerbangan, peningkatan jumlah *passenger carried* dan memenuhi harapan *stakeholder*-nya.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis ingin mengetahui secara lebih rinci tentang harga, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan dan pengaruh loyalitas pelanggan, sehingga penulis berkeinginan melakukan penelitian dengan mengambil judul “ANALISIS HARGA, KEPUASAN KONSUMEN, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA JASA PENERBANGAN MASKAPAI GARUDA INDONESIA DI SURAKARTA”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surakarta yang pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia, dengan total sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan metode penyebaran angket sebagai teknik pengambilan sampel.

Adapun yang menjadi kriteria sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Masyarakat dengan domisili di Surakarta
2. Pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia dari rute mana saja (domestik maupun Internasional)

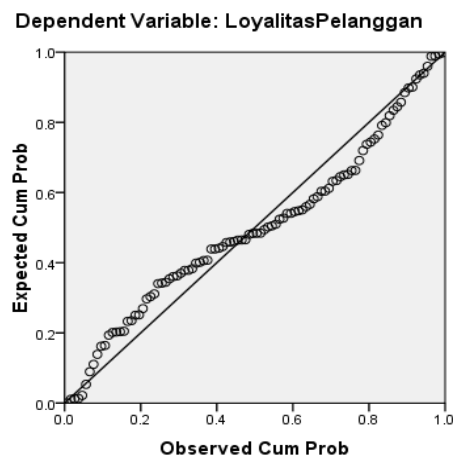
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



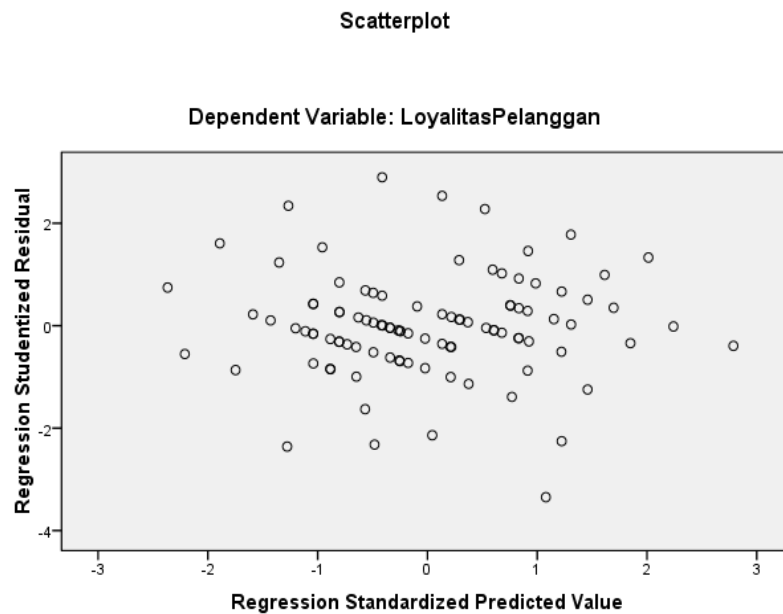
Gambar 4.2

Pola *normal probability plot* untuk Uji Normalitas

Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan yang telah dituliskan diatas untuk pengujian normalitas dengan menggunakan uji *normal probability plot*, data ini memenuhi syarat untuk berdistribusi normal. Karena tampak jelas data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah dan di atas angka 0 pada sumbu Y, maka model regresi dinyatakan memenuhi asumsi bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar 4.3

Grafik *Scatterplot* untuk Uji Heteroskedastisitas

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.8

Hasil Pengujian Multikolinearitas Masing-masing Variabel Harga, Kepuasan Konsumen, dan Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
1	Harga	0,903	1,108	Tidak terjadi multikolinearitas
2	Kepuasan Konsumen	0,847	1,180	Tidak terjadi multikolinearitas
3	Kualitas Pelayanan	0,859	1,163	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 16.0 (2015)

2. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.9

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		t_{hitung}	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	3,458	1,861	1,858	0,066
Harga	0,271	0,098	2,778	0,007
Kepuasan Konsumen	0,446	0,134	3,321	0,001
Kualitas Pelayanan	0,177	0,078	2,285	0,025
R = 0,555			F = 14,278	
R Squared = 0,309				
Adjust R Square = 0,287				

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 16.0 (2015)

Berdasarkan pada hasil perhitungan dengan program SPSS 16.0 diperoleh hasil regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,458 + 0,271X_1 + 0,446X_2 + 0,177X_3 + e$$

- 1) a = Konstanta sebesar 3,458 menyatakan bahwa variabel harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan dianggap konstan, maka loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta akan positif sebesar 3,458.
- 2) $\beta_1 = 0,271$. Koefisien regresi harga (X_1) sebesar 0,271 yang berarti setiap penambahan variabel harga sebesar 1, maka harga akan mengalami peningkatan sebesar 0,271.
- 3) $\beta_2 = 0,446$. Koefisien regresi kepuasan konsumen (X_2) sebesar 0,446 yang berarti kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan kata lain, semakin konsumen merasa puas akan suatu produk (barang/jasa) yang digunakan kemungkinan terbesar konsumen tersebut akan terus menerus menggunakan produk yang sama.

- 4) $\beta_3 = 0,177$. Koefisien regresi kualitas pelayanan(X_3) sebesar 0,177 yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan pihak maskapai penerbangan Garuda Indonesia kepada para penumpangnya, membuat para penumpangnya semakin tidak ragu untuk tetap menggunakan jasa transportasi dengan maskapai Garuda Indonesia.

3. Uji t Statistik

1. Uji t yang berkaitan dengan harga (X_1) terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

Berdasarkan hasil hitung diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,278 > t_{tabel} = 1,98$. Ini berarti H_0 ditolak, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

2. Uji t yang berkaitan dengan kepuasan konsumen (X_2) terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

Berdasarkan hasil hitung diperoleh nilai $t_{hitung} = 3,321 > t_{tabel} = 1,98$. Ini berarti H_0 ditolak, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

3. Uji t yang berkaitan dengan kualitas pelayanan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

Berdasarkan hasil hitung diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,285 > t_{tabel} = 1,98$. Ini berarti H_0 ditolak, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

4. Uji Statistik F

Hasil pengolahan data diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 14,278 dan ρ sebesar 0,000 sehingga t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($14,278 > 2,70$) dan ρ value kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Artinya ada pengaruh yang signifikan antara harga (X_1), kepuasan konsumen (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta (Y).

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.10

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.555 ^a	.309	.287	1.741

a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan, Harga, KepuasanKonsumen

b. Dependent Variable: LoyalitasPelanggan

Sumber : Data Primer Diolah dengan SPSS 16.0, (2015)

Dari hasil perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16.0* diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,309. Ini berarti 30,9% loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia dapat dijelaskan oleh variabel harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 69,1% ($100\% - 30,9\% = 69,1\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Pelanggan

Sesuai dengan hasil analisa uji t yang telah dilakukan berkaitan dengan harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta, diperoleh hasil t_{hitung} ($2,778$) $>$ t_{tabel} ($1,98$) dengan signifikansi 0,000 ($\rho < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Maria Ulfa (2012), dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Penginapan Mega Syari’ah Semarang”* dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

2. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan

Sesuai dengan hasil analisa uji t yang telah dilakukan berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta, diperoleh hasil $t_{hitung} (3,321) > t_{tabel} (1,98)$ dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Bambang Heriawan (2008), dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Swalayan Luwes Di Pati Jawa Tengah”*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan

Sesuai dengan hasil analisa uji t yang telah dilakukan berkaitan dengan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta, diperoleh hasil $t_{hitung} (2,285) > t_{tabel} (1,98)$ dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Erika Mieke Wijaya (2011), dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Waterpark Sewasis*

Semarang”, dimana hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Waterpark Semawis Semarang.

4. Variabel yang Paling Berpengaruh Dominan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari analisis uji t yang telah dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 16.0*, diperoleh variabel yang memiliki nilai t hitung terbesar adalah variabel kepuasan konsumen dengan nilai sebesar 3,321. Hal ini berarti, diantara variabel lainnya (harga dan kualitas pelayanan), kepuasan konsumen merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Atas dasar hasil pembahasan dan data yang telah diuraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Harga, kepuasan konsumen dan kualitas pelayanan yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini memang mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya yaitu loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi yang menyatakan bahwa ketiga variabel ini mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Hasil regresi dari ketiga variabel independen dapat dilihat sebagai berikut :
 - a. Harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t, dengan nilai $t_{hitung} = 2,278 > t_{tabel} = 1,98$. Ini berarti H_0 ditolak, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta dan H_1 dalam penelitian ini dapat diterima.
 - b. Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t, dengan nilai

$t_{hitung} = 3,321 > t_{tabel} = 1,98$. Ini berarti H_0 ditolak, dengan begitu ada pengaruh yang signifikan antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta dan H_2 dalam penelitian ini dapat diterima.

c. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t, dengan nilai $t_{hitung} = 2,285 > t_{tabel} = 1,98$. Ini berarti H_0 ditolak, dengan begitu ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta dan H_3 dalam penelitian ini dapat diterima.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, maka ada beberapa saran sebagai berikut :

1. Penilaian yang diberikan responden khusus untuk harga yang dipatok maskapai Garuda Indonesia, sebagian responden masih menganggap bahwa harga tersebut terlalu tinggi. Perusahaan diharapkan sering menawarkan tiket dengan harga-harga promo (lebih murah).
2. Penilaian yang diberikan oleh responden untuk kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pengguna jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia di Surakarta dinilai sangat baik. Meskipun begitu, pihak maskapai Garuda Indonesia harus terus berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan tetap menjaga rasa puas yang dirasakan konsumen.
3. Dengan keterbatasan penelitian yang peneliti temukan, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian tidak hanya menggunakan variabel harga, kepuasan konsumen, dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Pendek*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghufran, Abdurrahman. 2014. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia di Semarang). *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 1997. *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control*, 9th Edition, Prentice-Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perencanaan, Implementasi Dan Control*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Prehalindo
- Kurniasari, Anindita. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Ralana Solo. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lupiyoadi, dan Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa dan Praktik*, Edisi Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan. *Tesis*. Sumatera Utara : Universitas Sumatera Utara.
- Nur Aini, Istiqomah. 2015. Analisis *Celebrity Endorser, Brand Image* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Merek Yamaha di Surakarta. *Skripsi*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Putra, Bramasta Tri Febri. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Mobil Rapi Glass Autocare Semarang). *Skripsi*. Semarang : Universitas Diponegoro.

Payne, Adrian. 2000. *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*, Terjemahan Fandy Tjiptono, Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Wiyono, Gendor. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Jurnal :

Indah Dwi Kurniasih, 2012. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan Pelanggan (Studi Pada AHASS 0002-ASTRA MOTOR Siliwangi Semarang), " *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 1, Nomor 1. September 2012.

Jasfar, 2003. "Kepuasan Pelanggan dan Price Acceptance (studi kasus Pada Penumpang Penerbangan Nasional), " *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Widya Mandala, Volume Keempat, No.2. September 2003.

Afik Prasetyo, 2013. "Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Calcio Stadium Futsal Kec. Banyumanik, Kota Semarang), " *Jurnal Ilmiah USM*, Vol.2 No.7 hal : 129-144.

Suhartono, 2005. "Pengaruh Dimensi Jasa terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Yang Menggunakan Jasa Penerbangan Adam Air dengan Rute Perjalanan Medan-Jakarta, " *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.6, No.2. September 2004.

Internet :

<http://www.garuda-indonesia.com>. 20 April 2015.